

УДК 316.347(=161.3)(438+474.5)(043.3)

Александр Владимирович Посталовский
 канд. социол. наук, ведущий науч. сотрудник
 Центра социологических и политических исследований
 Белорусского государственного университета
Aleksandr Postalovsky
 PhD of Sociological Sciences, Leading Researcher
 of the Center for Sociological and Political Researches
 of the Belarusian State University
 e-mail: postalnio@tut.by

МЕТОДИКА DAY AFTER RECALL В МЕДИАИЗМЕРЕНИИ РАДИОВЕЩАНИЯ

Статья посвящена анализу практики применения методики DAY AFTER RECALL (DAR) в измерении рейтинговых показателей радиостанций. Дается развернутое описание методологического инструментария DAR, описывается потенциал и возможности описываемого метода измерения, раскрывается содержание основных медиапоказателей (результатов измерения), которые получают аналитики рынка радио. Описывается механизм формирования выборочной совокупности, применяемой в таких исследованиях. На основании проведенных тестовых пилотажных радиозамеров формулируются аргументированные выводы о достоинствах и недостатках указанной методики замеров рейтинговых показателей радиостанций.

Ключевые слова: радио, медиаизмерения, DAY AFTER RECALL, радиостанции, рейтинг.

DAY AFTER RECALL Method in Media Measurement of Radio Broadcasting

The presented article is devoted to the analysis of the practice of applying the DAY AFTER RECALL (DAR) methodology in measuring the rating indicators of radio stations. The article provides a detailed description of the DAR methodological toolkit, describes the potential and capabilities of the described measurement method, reveals the content of the main media indicators (measurement results) that are received by analysts of the radio market. The mechanism of formation of the sample used in such studies is described. In the conclusion of the article, on the basis of the conducted test flight radio measurements, reasoned conclusions are formulated about the advantages and disadvantages of this method of measuring the rating indicators of radio stations.

Key words: radio, media measurements, DAY AFTER RECALL, radio stations, rating.

Введение

В современных условиях развития общества измерение рейтинга средств массовой информации выступает объективным индикатором востребованности и популярности среди аудитории. Рейтинговый замер позволяет выявить степень информационного воздействия и сформировать прогнозную аналитику в отношении развития и дальнейшего функционирования различных сегментов национального информационного поля. В данном случае приобретает актуальность применение эффективных методик реализации рейтинговых замеров для получения валидных и репрезентативных данных, отражающих уровень влияния конкретного источника воспроизводства информационного контента.

В указанных контекстах представляется необходимым рассмотрение эвристического потенциала методики DAY AFTER RECALL, используемой национальным ме-

диаизмерителем ЗАО «МедиаИзмеритель» при исследовании динамики радиовещания. Во исполнение Указа Президента Республики Беларусь № 122 «О создании системы медиаизмерений» от 9.04.2020 и Постановления Министерства информации Республики Беларусь от 13.08.2020 «О реализации Указа Президента Республики Беларусь от 9 апреля 2020 г.» ЗАО «МедиаИзмеритель» определен как единый национальный измеритель, осуществляющий организацию и проведение медиаизмерений телевидения и радио. ЗАО «МедиаИзмеритель» имеет лицензию на проведение медиаизмерений от исследовательской компании KANTAR, включая необходимый инструментарий (медиаметры – приборы фиксации линейного телесмотрения, программный пакет первичной обработки аудиторных данных ATRIA PRO, программный пакет статистического анализа INSTAR ANALITICS, а также систему мониторинга телевидения – M7).

ЗАО «МедиаИзмеритель» является единственной в Республике Беларусь исследовательской компанией, специализирующейся на изучении аудитории аудиовизуальных СМИ, деятельность которой лицензирована в соответствии с международными стандартами и требованиями телеиндустрии к проведению медиаизмерений.

Статья посвящена рассмотрению методики DAY AFTER RECALL, которая применяется для осуществления рейтинговых замеров радиовещания. Целью статьи выступает анализ практики использования указанной методики при реализации национального проекта радиоизмерения.

Основная часть

Особенности и специфика проведения медиаизмерений радиовещания выступают, как правило, предметной сферой маркетинговых исследований. Получение верифицированных результатов требует соблюдения методологических требований, предъявляемых к реализации измерения аудитории. В данном случае исследовательский интерес вызывает практика применения методики DAY AFTER RECALL (DAR) в контексте фиксации национальным медиаизмерителем рейтинговых показателей радиовещания.

Теоретические основания социологического изучения радиовещания как сегмента национального информационного поля нашли отражения в работах Е. А. Барановой [1], В. Ю. Карева [2], А. Л. Лебедевой [3], О. В. Терещенко [4], М. С. Терещенко [4], А. В. Шарикова [5] и др. Результаты эмпирических исследований радиовещания в разное время проводились Информационно-аналитическим центром (ИАЦ) при Администрации Президента Республики Беларусь [6], ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси» [7], Центром социологических и политических исследований БГУ [8], АМГ-Консалт, являющимся в 2018–2019 гг. единственным заказчиком измерений аудитории телевидения и радио в Республике Беларусь [9], ЧУП «ГЕВС МЕДИА» [10]. Анализируя актуальную научную литературу в рамках заявленного проблемного поля, необходимо выделить два направления исследовательского поиска:

1) анализ сущностных характеристик и эвристического потенциала радио в услови-

ях трансформации информационного поля и общих процессов цифровизации общества;

2) непосредственно социологическая рефлексия эмпирических результатов исследований радио либо маркетинговая аналитика основных медиапоказателей радиостанций (Reach, AQH, Share и др.).

В настоящее время фиксируется недостаточное количество исследовательских работ, посвященных практике реализации конкретных методик, применяемых при измерении рейтинговых показателей радиовещания, в связи с чем актуализируется необходимость комплексного рассмотрения инструментария, посредством которого осуществляются медиаизмерения радиовещания. Методика DAR – методологический инструмент радиоизмерения, в рамках которого измеряется содержание радиопрослушивания на основании воспоминания респондентом вчерашнего дня прослушивания с обязательной фиксацией 15-минутных интервалов (AQH).

Система радиоизмерения аудитории предполагает получение ежедневной репрезентативной эмпирической информации, позволяющей сформировать рейтинговые показатели востребованности отечественных радиостанций, определить основные социально-демографические характеристики радиослушателей, выявить ключевые тренды радиопрослушивания. На первоначальном этапе запуска системы национальных радиоизмерений предполагается осуществлять замер предпочтений радиослушателей посредством телефонного опроса (Computer Assisted Telephone Interviewing – CATI) по методике *Day After Recall (DAR)*. Методика *Day After Recall* ориентирована на фиксацию предпочтений респондентов в отношении контента отечественных радиостанций на основании воспоминания вчерашнего дня прослушивания. Указанная методика рассматривается как переходный этап к формированию панельной выборки, предполагающей образование постоянной группы участников исследования. Ориентировочный срок перехода к панельной выборке составляет от шести месяцев до года. В указанный временной период ЗАО «МедиаИзмеритель» будет проводить измерение аудитории радио посредством ежедневных телефонных опросов, одновременно рекрутируя при этом участников панельно-

го исследования на основании получаемых данных о социально-демографическом профиле радиослушателей (установочное исследование).

Содержание методологического инструментария (анкета) телефонного опроса сформировано на основании методики *Day After Recall (DAR)*, в рамках которой респонденту предлагается детально вспомнить вчерашний день прослушивания. Оператор (интервьюер) фиксирует 15-минутные временные интервалы AQH (*Average Quarter Hour*) индивидуального слушания в отношении каждой прослушанной в течение вчерашнего дня радиостанции. На основании полученных эмпирических данных формируются рейтинговые показатели радиостанций.

Объем выборочной совокупности составляет 3 750 респондентов в месяц. «Скользкая выборка» (необходимый объем для опубликования данных) составляет 7 500 интервью в двухмесячный период. Общее количество интервью, проводимых в течение календарного года, составляет 45 000.

Выгрузка данных осуществляется по истечении двух месяцев радиоизмерения. Формирование базы данных осуществляется по роллинговому принципу, при котором происходит ежемесячное обновление данных с учетом результатов, полученных в месяце, предыдущем до выгрузки (например, 1-я выгрузка – данные за май – июнь, вторая выгрузка через месяц – данные за июнь – июль, третья выгрузка через месяц – данные за июль – август).

Репрезентативность выборочной совокупности обеспечивается за счет соответствия фактических распределений по полу и возрастным группам эталонным значениям этих характеристик в рамках каждой генеральной совокупности. По данному двумерному параметру выборка проходит процедуру взвешивания. В качестве эталонных значений используются данные Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Структура инструментария (анкеты) включает в себя четыре группировки вопросов. Первая группировка вопросов выступает условным скрининговым этапом, в рамках которого оператор должен понять, подходит ли случайным образом отобран-

ный методом дозвона по случайным комбинациям цифр (*Random Digit Dialing – RDD*) респондент для участия в исследовании (город, возраст).

Вторая группировка вопросов ориентирована на получение информации о прослушивании радио в течение недельного периода (последних семи дней): «Какие радиостанции Вы слушали в течение недели?»).

Третий этап предполагает фиксацию воспоминаний о вчерашнем дне прослушивания с точным фиксированием 15-минутных интервалов (оператор уточняет у респондента время прослушивания названной радиостанции, например, станция «Х»: время прослушивания – 9:00–10:30, 6 временных интервалов AQH: 9:00–9:15, 9:15–9:30, 9:30–9:45, 9:45–10:00, 10:00–10:15, 10:15–10:30) и условную разбивку на 4 временных промежутка: 06:00–12:00 (утро), 12:00–18:00 (день), 18:00–00:00 (вечер), 00:00–06:00 (ночь) («Какие радиостанции Вы слушали вчера утром?», «Какие радиостанции Вы слушали вчера днем?» и т. д.). Четвертый этап предполагает фиксацию таких показателей, как уровень образования, тип занятости, материальное положение и готовность участия в проекте радиоизмерений в дальнейшем (условный рекрут предполагаемой панели постоянных участников исследования радио).

Построение выборочной совокупности методики *Day After Recall (DAR)* включает в себя следующие этапы:

1-й этап – определение генеральной совокупности. *Генеральная совокупность* – городское население (Минск, Брест, Витебск, Гомель, Гродно, Могилев) в возрасте (15–64 лет) – 2 764 580 человек;

2-й этап – определение процентных квотных долей в генеральной совокупности по каждому городу в зависимости от численности населения (Минск – 1 414 420 человек, или 51,2 % генеральной совокупности, Брест – 237 790, или 8,6 %, Витебск – 255 360, или 9,2 %, Гомель – 357 210, или 13 %, Гродно – 249 830, или 9 %, Могилев – 249 970, или 9 %);

3-й этап – расчет необходимого числа респондентов по каждому городскому населенному пункту в соответствии с долей (%) в выборочной совокупности.

Города 250 тыс +	Численность населения	15–64 (корректировка = 70 %)	% доли в выборке	ИТОГ
Брест	339 700	237 790	8,6	645
Витебск	364 800	255 360	9,2	690
Гомель	510 300	357 210	13	975
Гродно	356 900	249 830	9	675
Могилев	357 100	249 970	9	675
Минск	2 020 600	1 414 420	51,2	3 840
ИТОГ	3 949 400	2 764 580	100	7 500

7 500 респондентов – необходимое количество респондентов, которое опрашивается в двухмесячный период (125–135 телефонных звонков в сутки).

Основные медиапоказатели, используемые аналитическими структурами и рекламными компаниями в медиапланировании в отношении радиовещания:

AQH (Average Quarter Hour) – среднее количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале, выраженное в тысячах человек либо процентах.

Reach Daily – накопленное суточное количество слушателей радиостанции, выраженное в тысячах человек либо процентах.

Reach Weekly – накопленное количество слушателей в течение недели, выраженное в тысячах человек либо процентах.

Reach Monthly – накопленное количество слушателей в течение месяца, выраженное в тысячах человек либо процентах.

Time Spent Listening Daily – суточная продолжительность прослушивания – это среднее время (в минутах), которое респондент из целевой аудитории тратит на прослушивание радиостанций в заданном интервале.

TSL Wly (Time Spent Listening Weekly) – продолжительность прослушивания в течение недели, выраженная в минутах.

Affinity Index (индекс профильности) – показатель выраженности рейтинга среди слушателей в целевой аудитории относительно слушателей в целевой базе.

AQH Share – доля слушателей определенной станции среди всех слушателей радио.

Заключение

Проведенный ЗАО «МедиаИзмеритель» пилотажный замер рейтинговых показателей радиовещания по методике Day After Recall (DAR) позволил выявить следующие особенности реализации указанного метода медиаизмерения. Основными не-

достатками методики DAR являются ориентация на память респондента (субъективный фактор), которая не во всех случаях способна воспроизвести точную картину радиопрослушивания и невозможность рассчитать показатели накопленного эксклюзивного охвата прослушивания, в частности, показатели *Reach Weekly* (накопленное количество слушателей в течение недели, выраженное в тысячах человек либо процентах) и *Reach Cumulative Total Belarus* (накопленный охват белорусских радиостанций – это сумма слушателей любой из белорусских радиостанций, которые слушали хотя бы в один из анализируемых интервалов в рамках заданной целевой аудитории). Рассчитать данные показатели не представляется возможным, поскольку их можно получить только при условии функционирования панельной выборочной совокупности, постоянные участники которой каждый день представляют информацию о прослушивании.

В свою очередь, методика *Day After Recall (DAR)* предполагает исключительно однократный контакт с респондентом в течение роллингового периода (временной период выгрузки данных – два месяца). Кроме того, выборочной совокупностью настоящего проекта радиоизмерения является городское население (Минск, Брест, Витебск, Гомель, Гродно, Могилев), которое может как слушать, так и не слушать радио (учитываются респонденты, которые не слушают радио с обязательной фиксацией их социально-демографических характеристик). Выборочной совокупностью панельной выборки являются исключительно слушатели радио, что в значительной степени расширяет возможности для развернутого фундаментального анализа аудиторных данных.

Вместе с тем методика *Day After Recall (DAR)* позволяет проводить замеры рейтинговых показателей без обращения к панель-

ной выборочной совокупности, формирование которой предполагает обязательное проведение установочного исследования (УИ) с целью выявления контрольных параметров, влияющих на радиослушание, что, в свою очередь, приводит к увеличению стоимости исследовательских работ. Кроме того, при использовании DAR исследовательская компания в период сбора эмпирической информации (телефонный опрос) находится во взаимодействии с респондентом посредством прямого контакта. В свою очередь, при использовании дневникового метода радиоизмерения (DIARY) получение информации (заполненный не-

дельный дневник прослушивания) не предполагает ежедневного взаимодействия измерителя с участником исследования, вследствие чего дневник, как правило, заполняется не каждый день семидневного периода, а в заключительный день, при этом измеритель вспоминает при этом первые дни прослушивания. В данном случае степень воздействия субъективного фактора человеческой памяти повышается, поскольку участник исследования вспоминает не вчерашний день прослушивания, как в Day After Recall, а практически весь недельный период, что приводит к искажению эмпирических данных.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранова, Е. А. Влияние процесса медиаконвергенции на сокращение хронометража радиопередач и появление мини-рубрик / Е. А. Баранова // Вестн. РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. – 2016. – № 1. – С. 96–101.
2. Карев, В. Ю. Современные тенденции развития радио в России / В. Ю. Карев, И. Н. Сахарова // Петерб. экон. журн. – 2021. – № 3. – С. 74–84.
3. Лебедева, А. Л. Тенденции информационного радиовещания Беларуси в 1990-е гг. XX в. и на современном этапе / А. Л. Лебедева // Тр. БГТУ. – 2019. – Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. – № 2. – С. 45–50.
4. Терещенко, О. В. Измерения аудитории СМИ: история становления / О. В. Терещенко, М. С. Терещенко // Социол. альм. – 2020. – Вып. 11. – С. 163–175.
5. Шариков, А. В. Государственное радиовещание в России: тренд на потерю влияния / А. В. Шариков // Мониторинг обществ. мнения. Экон. и соц. перемены. – 2019. – № 2. – С. 439–458.
6. Республика Беларусь в зеркале социологии : сб. материалов социол. исслед. / Информ.-аналит. центр при Администрации Президента Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 180 с.
7. Предпочтения белорусских радиослушателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socio.bas-net.by/predpochtenie-belorusskih-radioslushatelej/>. – Дата доступа: 05.10.2021.
8. Посталовский, А. В. Национальное информационное поле в контексте вызовов и угроз современного мира: социологическое измерение : монография / А. В. Посталовский. – Минск : РИВШ, 2019. – 236 с.
9. Результаты исследования популярности радиостанций в Беларуси (январь – июнь 2019 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://amg-consult.by/publication/ra-dio_research_2019/. – Дата доступа: 05.10.2021.
10. В «ГЕВС МЕДИА» назвали самые популярные радиостанции в Беларуси по результатам нового исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/v-gevs-media-nazvali-samye-populyarnye-radiostantsii-v-belarusi-po-re-zultatam-novogo-issledovaniya/>. – Дата доступа: 05.10.2021.

REFERENCES

1. Baranova, Ye. A. Vliyanije processa miediakonviiergencii na sokrashchienenije khronometrazha radiopieriedach i pojavlienije mini-rubrik / Ye. A. Baranova // Viestn. RUDN. Sier.: Litieraturovirdienije. Zhurnalistika. – 2016. – № 1. – S. 96–101.
2. Kariev, V. Yu. Sovriemiennye tendencii razvitija radio v Rossii / V. Yu. Kariev, I. N. Sakharova // Pietierb. ekon. zhurn. – 2021. – № 3. – S. 74–84.

3. Liebiebieva, A. L. Tendencii informacionnogo vishchaniya Bielarusi v 1990-je gg. XX v. i na sovriemennom etapie / A. L. Liebiebieva // Tr. BGTU. – 2019. – Ser. 4, Print- i miediatiekhologii. – № 2. – S. 45–50.
4. Teirieshchienko, O. V. Izmiereniya auditorii: istoriya stanovleniya / O. V. Tierieshchienko, M. S. Tierieshchienko // Sociol. al'm. – 2020. – Vyp. 11. – S. 163–175.
5. Sharikov, A. V. Gosudarstvennoye radiovishchaniye v Rossii: trend na potieriu vliyanija / A. V. Sharikov // Monitoring obshchestv. mnieniya. Ekon. i soc. pieriemieny. – 2019. – № 2. – S. 439–458.
6. Riepublika Belarus' v zierkalie sociologii : sb. materialov social. issled. / Inform.-analit. centr pri Administracii Priezidenta Riepubliki Belarus'. – Minsk, 2018. – 180 s.
7. Priedpochtieniya belorusskikh radioslushatielej [Eliektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: <https://socio.bas-net.by/predpochtienie-belorusskih-radioslushatelej/>. – Data dostupa: 05.10.2021.
8. Postalovskij, A. V. Nacional'noye informacionnoye polie v kontikstie vyzovov i ugroz sovriemennogo mira: sociologichieskoje izmiereniye : monografija / A. V. Postalovskij. – Minsk : RIVSh, 2019. – 236 s.
9. Riezul'taty issledovaniya populiarnosti radiostancij v Bielarusi (janvar' – ijun' 2019 g.) [Eliektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: http://amg-consult.by/publication/radio_research_2019/. – Data dostupa: 05.10.2021.
10. V «GIEVS MIEDIA» nazvali samyje populiarnyje radiostancii v Bielarusi po riezul'tatam novogo issledovaniya [Eliektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: <https://marketing.by/analitika/v-gevs-media-nazvali-samye-populyarnye-radiostantsii-v-belarusi-po-rezultatam-novogo-issledovaniya/>. – Data dostupa: 05.10.2021.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 30.10.2021